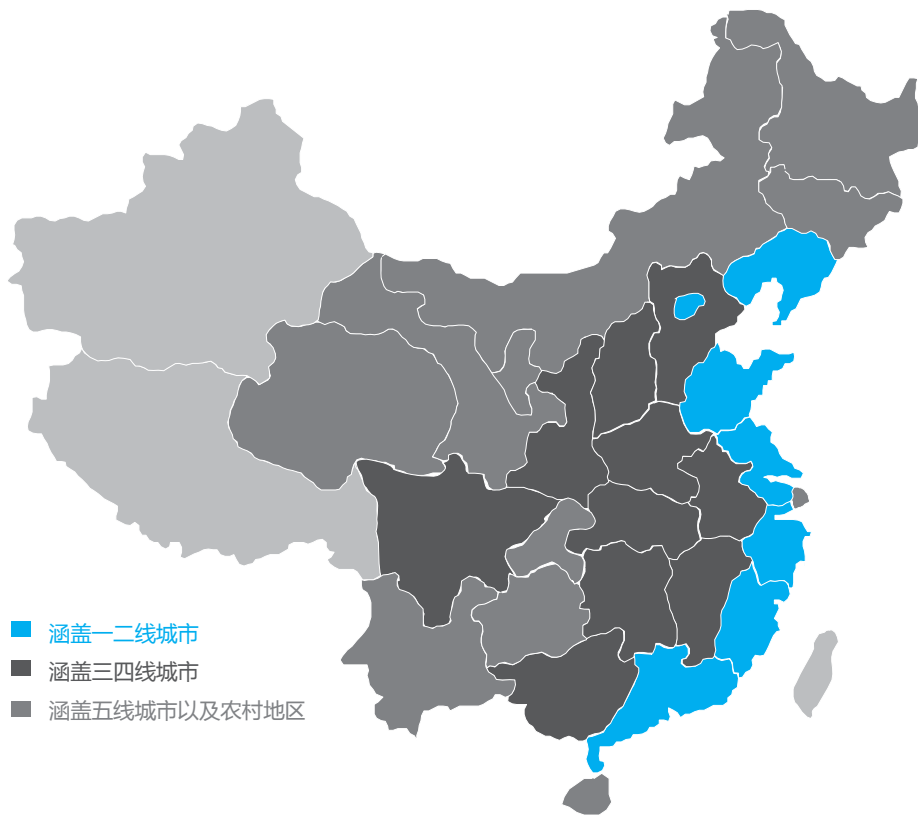


爱美女性 消费者洞察

由CCS数据库提供支持 中国最大的消费者调研项目



CCS

- 涵盖了中国 88个城市
- 自2006年起
- 共66,000名受访者
- 覆盖一线至五线城市
- 一年四期

全面覆盖个人护理美容品项



CCS

依据女性对于不同护理品项的需求层次进行分类：

BASIC LEVEL

基础护理

洗发水
洁肤乳、润肤乳/霜
沐浴液、香皂

MIDDLE LEVEL

加强护理

护发素、头发定型
爽肤水、美白、防晒、
面膜、护手霜、润唇、身体霜、
粉饼、BB霜、隔离霜

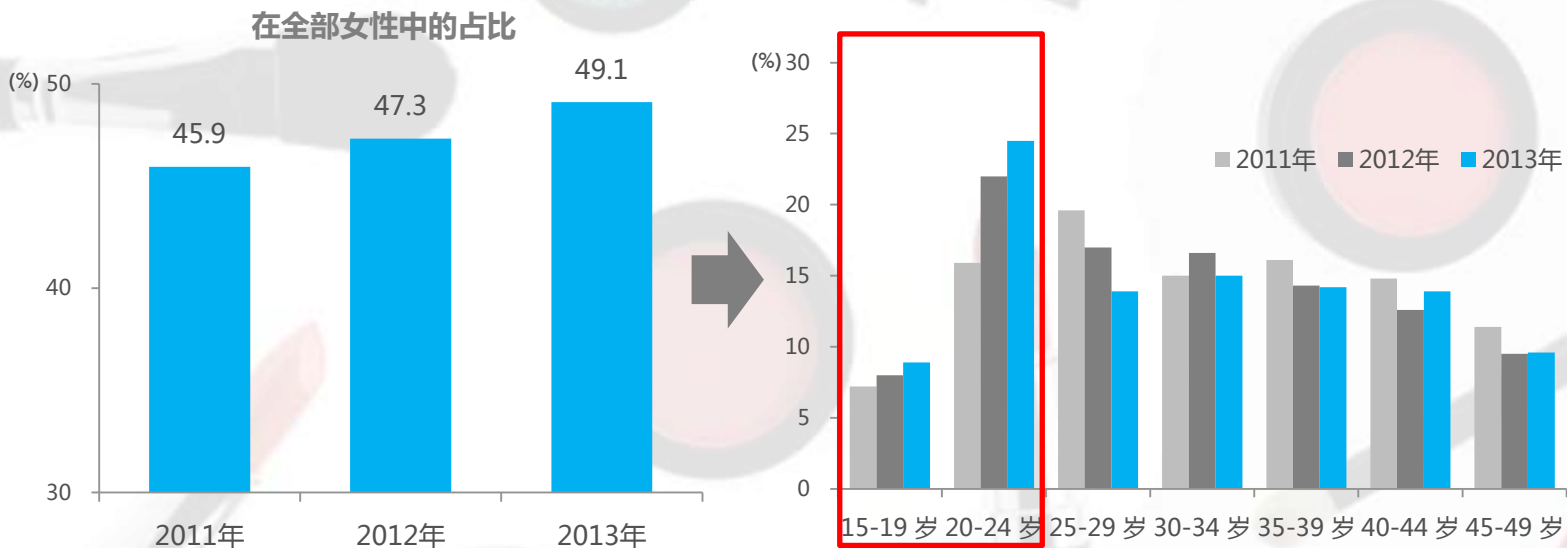
ADVANCED LEVEL

全面修饰

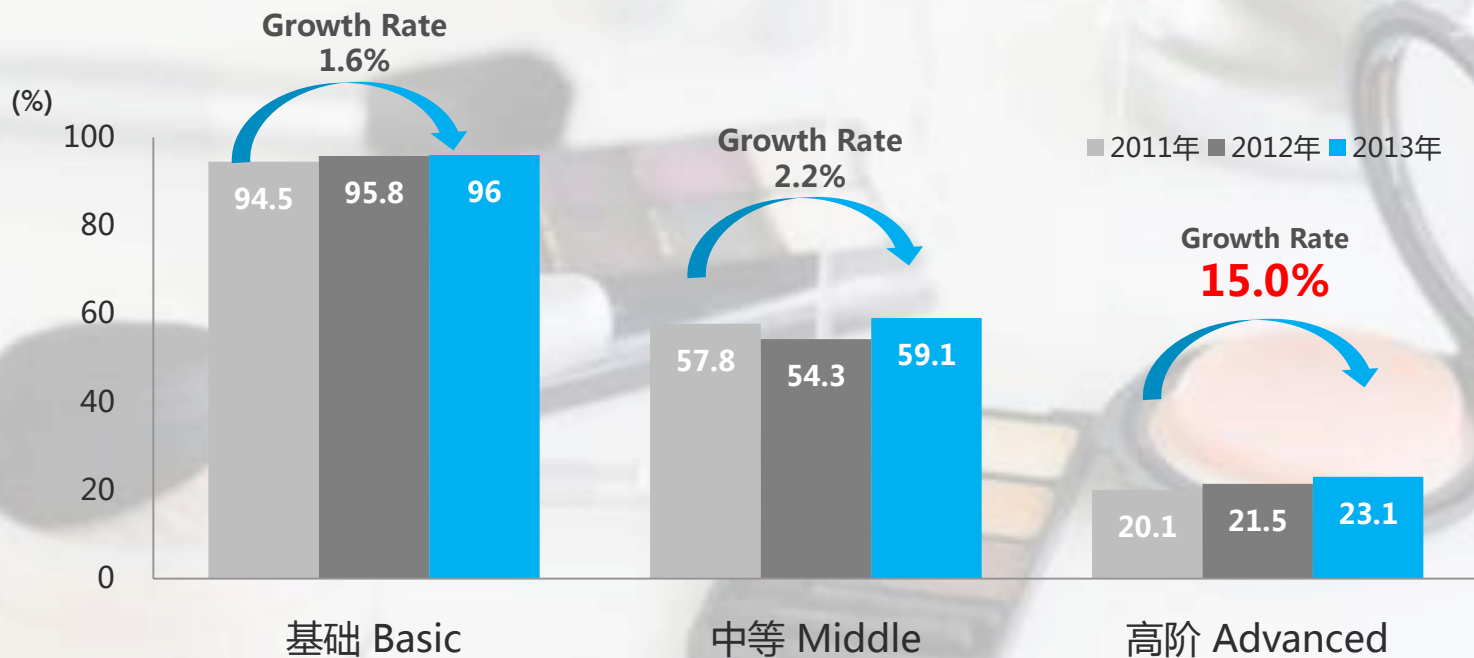
发膜、染发产品
眼霜、精华素/液
睫毛膏/眼影、口红
香水、香体露

“美”日益受到女性的关注，相关消费呈现年轻化趋势

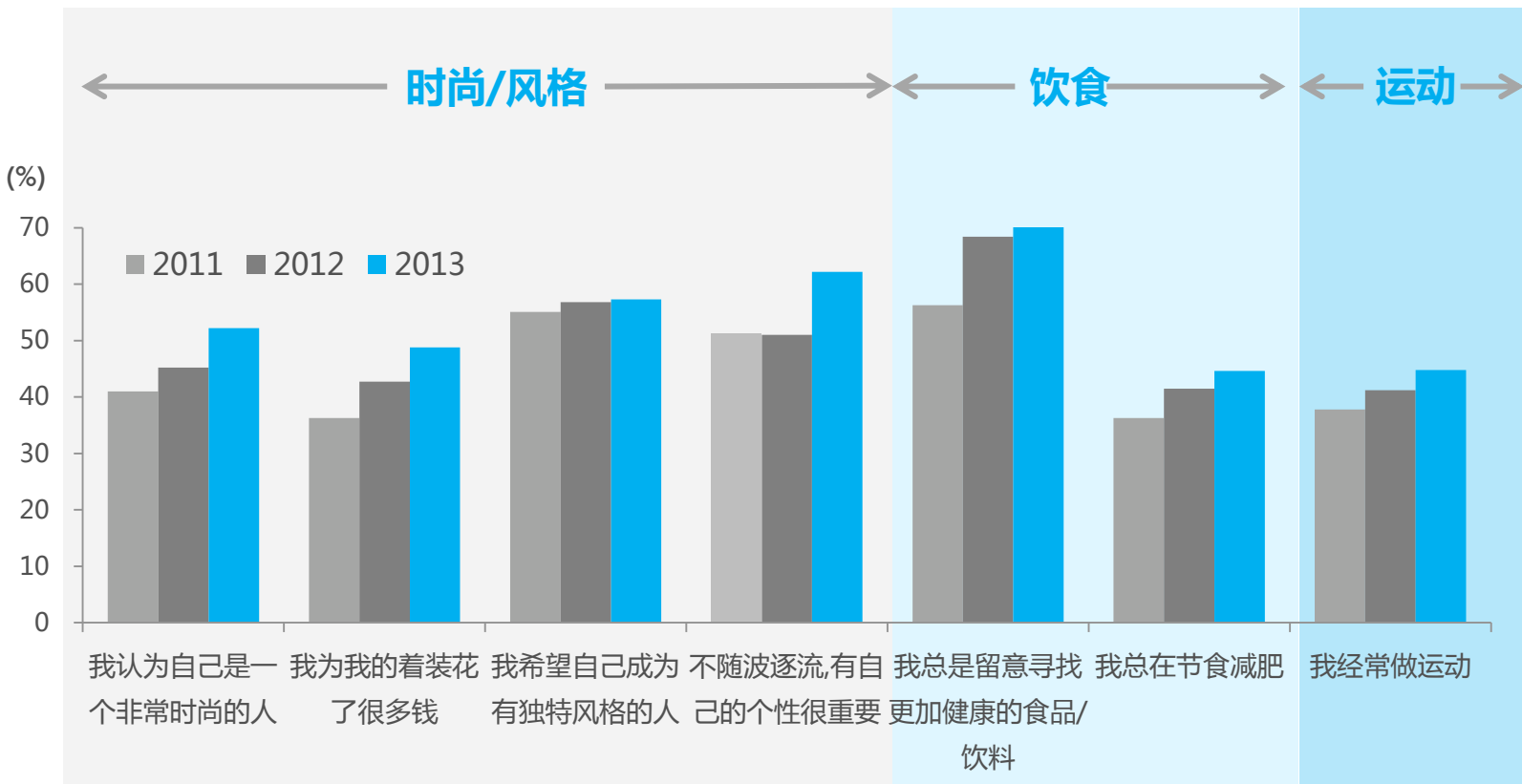
15-49岁女性，在加强护理和全面修饰层面使用至少2项产品或以上（后文定义此族群为“关注美的女性”）：



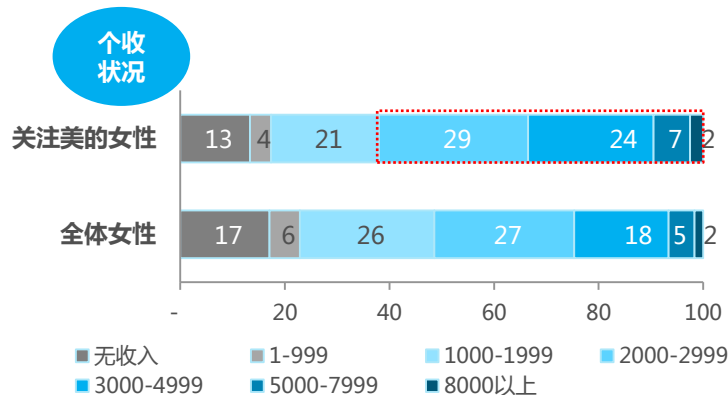
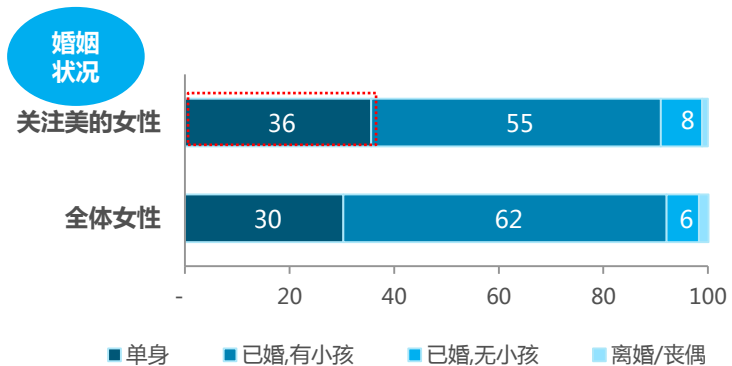
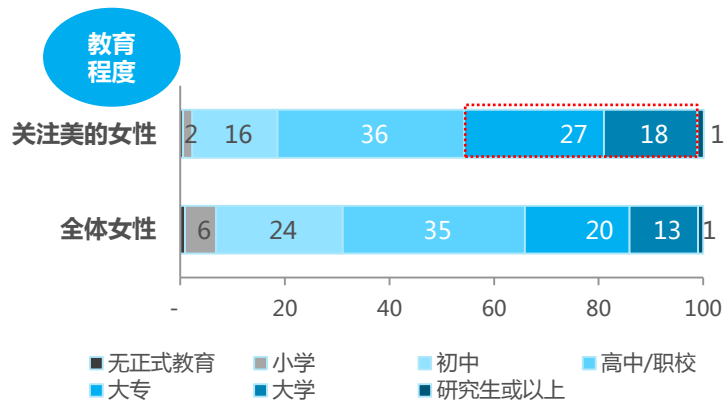
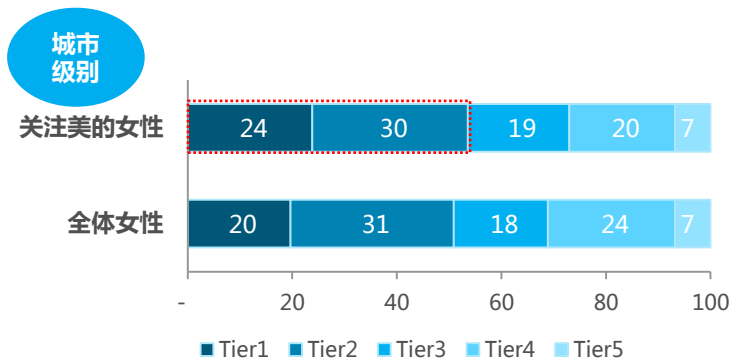
关于“美”的消费在不断进阶



并贯穿她们的着装饮食等各方面，成为一种以“美”为目的的生活方式和态度



这群女性主要分布于一二线城市，单身为主，并具高学历高收入特征

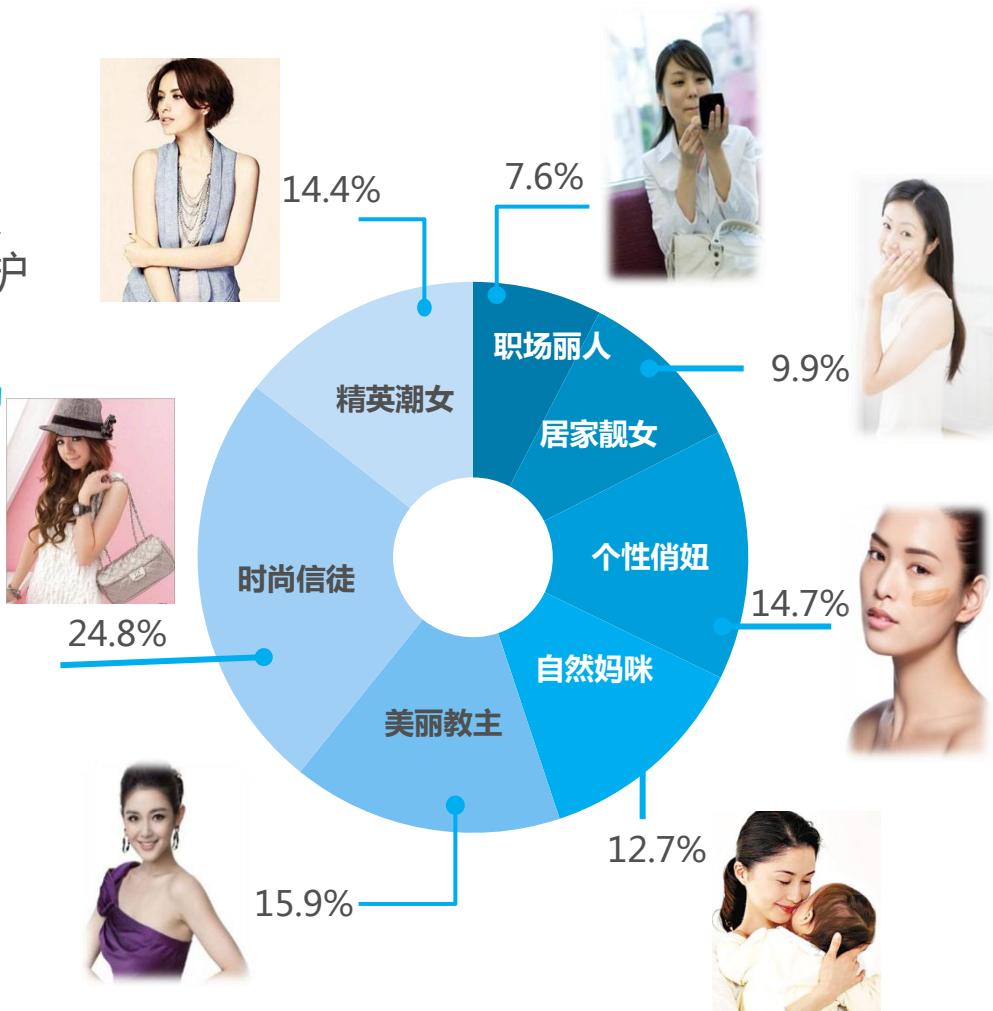


她们包括：

15-49岁女性，至少使用2种以上加强护理和全面修饰层面的护理品项：

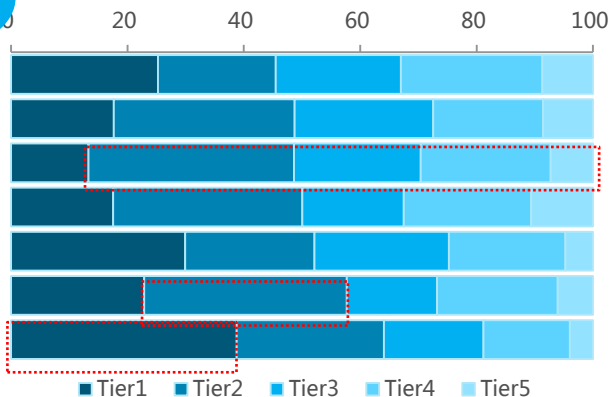
- 占15-64岁人群23.3%，推及人口数为2.4亿

7个细分人群

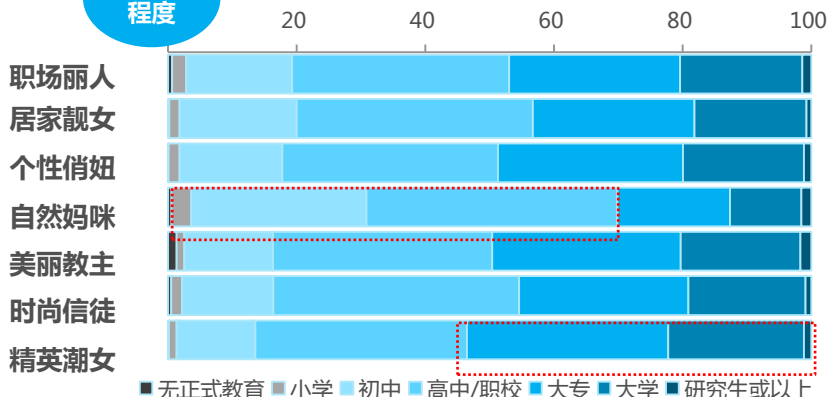


人口背景资料对比

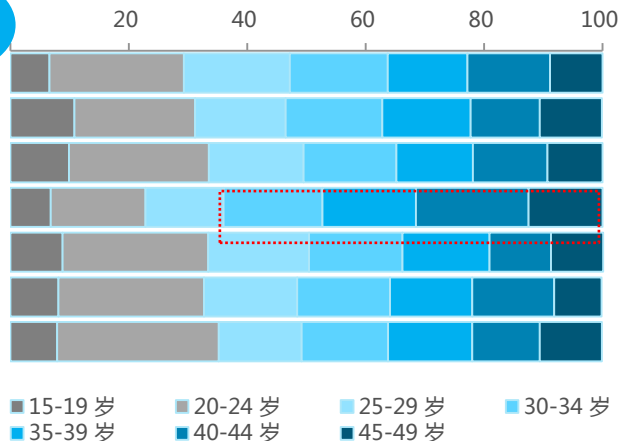
城市级别



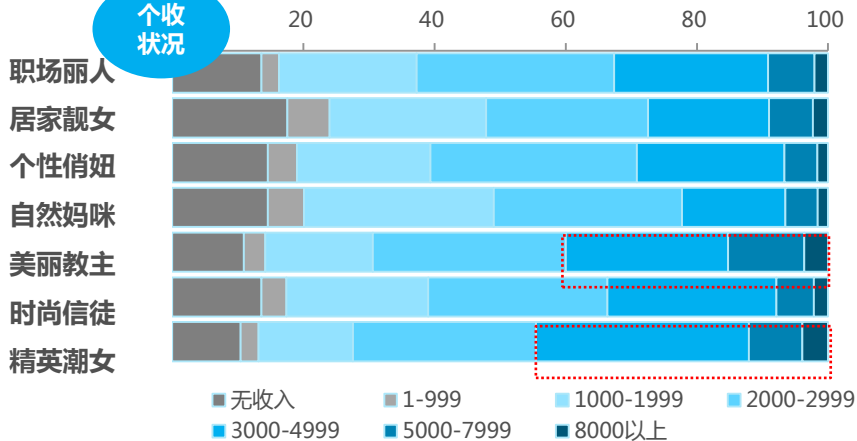
教育程度



年龄分布



个收状况



關於生活

精英潮女和时尚信徒均事业社交兼修；美丽教主则以社交为生活重心；
职场丽人积极打拼并积攒人脉，努力获得更多财富

态度语句		职场丽人	居家靓女	个性俏妞	自然妈咪	美丽教主	时尚信徒	精英潮女
事业追求	金钱是衡量成功的最佳标准	133	64	64	73	118	102	145
	良好的社交关系是成功的关键	20	19	68	112	143	112	151
	我喜欢领导他人	39	85	72	38	81	132	190
	我们要赢得他人的尊重	110	102	75	91	112	100	114
	通过你的不懈努力,你可以达成你的梦想	111	97	80	88	106	103	116
社交活跃	我身边的人常常来征求我的意见	129	69	70	54	114	106	151
	在社交活动中,我是比较活跃分子	128	80	50	43	138	107	148
	我可能比大多数人拥有更多的朋友	20	45	71	63	122	128	171
	朋友对我来说是最重要的	14	24	78	103	142	116	144

關於个人

精英潮女在家庭经营上亦是成功者，并自信自己在任何方面均胜于他人
美丽教主和时尚信徒均希望保持自己的独特个性

	态度语句	职场丽人	居家靓女	个性俏妞	自然妈咪	美丽教主	时尚信徒	精英潮女
生活型态	如果没有小孩,就不可能拥有完美的人生	18	29	69	110	132	117	149
	舒适的生活是非常重要的	109	101	69	104	110	100	113
	我喜欢花时间和家人在一起	105	102	75	99	118	95	111
自我认同	我比大多数人更有能力	25	68	71	45	92	136	187
	我总是很在乎别人对我的看法	22	38	77	85	115	129	154
	不随波逐流,有自己的个性很重要	17	17	76	98	132	119	160
	我认为保持个性是成功所必需的	18	25	79	83	130	123	158

关于消费

精英潮女与时尚信徒最爱尝鲜，美丽教主热爱名牌且宠爱自己，时尚信徒更容易冲动消费

态度语句		职场丽人	居家靓女	个性俏妞	自然妈咪	美丽教主	时尚信徒	精英潮女
喜欢尝鲜	通常,我是朋友中最早尝试新技术产品或服务的人	141	55	68	35	108	114	165
	为了尝试新东西,我们值得去冒一下险	115	95	79	75	107	104	124
名牌爱好	使用名牌可以提高一个人的身份	129	69	67	55	117	105	153
	我喜欢购买名牌	132	65	62	42	119	110	159
	多花钱购买高质量的物品是值得的	118	89	69	84	119	100	123
冲动消费	有时候我会款待自己一些特别的东西,即使很贵	121	86	67	66	122	101	135
	我经常冲动的购买一些并不需要的东西	138	78	78	42	93	115	150
理性购买	我不善于省钱	123	67	75	62	91	116	150
	购物前我常常比较几家商店同类商品的价格	112	86	74	99	116	95	120
	我通常选择可以使用很久的产品	25	36	73	104	109	119	165

职场丽人



About Her:

她们是金钱型事业女性，不在意是否是领导者，并且坚信只要不懈努力，就能达成自己的梦想。因此，她们将大部分时间和精力用于工作上，为事业竭尽所能；社交更多基于商务性质，并在其中表现活跃；购物多考虑名牌和能够彰显身份地位或对事业有帮助的产品。

SOCIODEMOGRAPHICS

- 25-34岁 (i110)
- 单身 (i104)、已婚无小孩 (i126)
- 一线城市 (i106)、三~五线城市 (i118)
- 大学以上学历 (i107)
- 中层管理 (i110)、个体业主 (i108)
- 个人月收¥2000-4000 (i103)
- 家庭月收¥4000~8000 (i110)

PASSIONS AND INTERESTS



保龄球
(i170)



高尔夫
(i163)



去健身房
(i155)



外出就餐
(i105)

居家靓女



About Her:

她们有点宅，喜欢陪伴家人，并花费心思和精力追求舒适的生活，但这并不意味着女人为了生活就没有自我。她们认为女人关注自己，才能更懂生活。对工作尽责，但求不愧我心。居家时，她们勤俭节约，理性购物。

SOCIODEMOGRAPHICS

- 15-19岁 (i128)&30-49岁 (i101)
- 单身 (i102)、已婚有小孩 (i101)
- 二、三线城市 (i112)
- 中等学历 (i105)
- 学生 (i120)、家庭主妇 (i140)，在职者公务员、专业人士、教师和企业中层较突出
- 个人月收入 ¥ 3000以下 (i106)
- 家庭月收 ¥ 2000~5000 (i117)

PASSIONS AND INTERESTS



爬山
(i119)



在家睡觉/休息
(i113)



陪家人/与小孩玩耍
(i113)



看电视
(i106)

个性俏妞



About Her:

她们对世俗的观念不以为然，时常按自己的感觉行事。她们社交不多，有少数几个密友，很珍惜友情，经常与朋友聚会增加感情。她们是文艺青年，时不时会去听音乐会。她们需要密友认同，如果购买的品牌得到认同，会很快做出购买决策。

SOCIODEMOGRAPHICS

- 15-29岁 (i105)
- 单身 (i109)
- 二~五线城市 (i114)
- 大专、大学学历 (i106)
- 学生 (i121)、在职者销售、教师较突出
- 个人月收入 ¥1600-3000 (i109)
- 家庭月收入 ¥4000~8000 (i107)

PASSIONS AND INTERESTS



足球
(i317)



象棋
(i134)



音乐会
(i118)



在家唱卡拉OK
(i109)

自然妈咪



About Her:

她们思想观念传统，认为照顾家庭与孩子是女人的主要任务，孩子尤其是重心。她们经常向他人咨询和谈论有关孩子的话题，对家庭以外的东西少关注，时尚、新科技均与她们无关。对于自己，她们也很少在意，简单、自然就好。她们喜欢购买坚实耐用的产品，很少冲动购买和追求名牌。

SOCIODEMOGRAPHICS

- 30-49岁 (i121)
- 已婚，有小孩 (i114)
- 二~五线城市 (i108)
- 中低学历 (i129)
- 家庭主妇 (i154) 普通工人 (i176)
- 个人月收入 ¥ 2500 以下 (i122)
- 家庭月收入 ¥ 2000 ~ 6000 (i126)

PASSIONS AND INTERESTS



听广播
(i143)



陪家人/与小孩玩耍
(i111)



在家睡觉/休息
(i107)



自行车
(i105)

美丽教主



About Her:

她们坚信事业的成功主要依靠良好的社交关系。因此，积极经营且活跃於各种社交，乐此不疲，并经常在群体中充当意见领袖。她们喜欢能够体现质量与地位的名牌产品，并且有自己喜欢的品牌。生活上，她们是精明的享受者。

SOCIODEMOGRAPHICS

- 15-39岁 (i105)
- 单身 (i107), 已婚, 无小孩 (i111)
- 一线城市 (i123)、三线城市 (i117)
- 大专及以上学历 (i109)
- 学生 (i103)、普通职员 (i108)、中高管 (i133)、个体业主 (i119)、专业人士 (i120)
- 个人月收入 ¥ 5000以上 (i120)
- 家庭月收 ¥ 8000以上 (i139)

PASSIONS AND INTERESTS



瑜伽
(i151)



去酒吧
(i141)



去电影院/看电影
(i139)



去美容院
(i130)

时尚信徒



About Her:

她们十分在意别人对自己的看法，总担心落后他人，以高标准要求自己，事业上以领导为努力方向；社交关系中商务、私人面面俱到；生活中要走在科技、潮流前端。她们喜欢跟风时尚，常常冲动购买和使用一些并不适合她们的产品。

SOCIODEMOGRAPHICS

- 20-29岁 (i104)
- 已婚，有小孩 (i103)
- 二线城市 (i118)
- 中高学历 (i103)
- 普通职员 (i105)
- 个人月收入 ¥ 3000-5000 (i108)
- 家庭月收入 ¥ 7000以下(i103)

PASSIONS AND INTERESTS



篮球
(i127)



保龄球
(i122)



去听演唱会
(i109)



玩电脑游戏
(i107)

精英潮女



About Her:

她们自信、独立，在各方面均力求出类拔萃。事业上小有所成，但不因此满足，仍然不断挑战，持续攀登高峰。她们善于社交，享受成为众人焦点的感觉。她们乐于尝试新鲜事物，并与他人分享意见与经验。她们讲究生活品位，宠爱自己，名牌、高质量的产品通常是她们的购买对象。

SOCIODEMOGRAPHICS

- 20-34岁 (i103)
- 单身 (i109)
- 一线城市 (i163)
- 大专、大学学历 (i118)
- 专业人士 (i131)、中高管 (i129)
- 个人月收¥ 5000以上 (i134)
- 家庭月收¥ 6000以上 (i121)

PASSIONS AND INTERESTS



高尔夫
(i157)



驾车兜风
(i150)



去酒吧
(i141)



去健身房
(i139)



各族群对於美的态度与消费

精英潮女与时尚信徒更注重全方位提升个人形象

		态度语句	职场丽人	居家靓女	个性俏妞	自然妈咪	美丽教主	时尚信徒	精英潮女
时尚意识	}	我跟随最新的时尚与潮流	138	68	74	32	115	108	157
		我认为自己是一个非常时尚的人	15	63	80	50	118	123	175
外在意识	}	我的个人外表很好地说明了我是个什么样的人	107	90	76	89	105	104	126
		我为我的着装花了很多钱	27	88	78	42	80	134	183
		不化妆我从不出门	59	92	81	41	48	126	191
		我总是在节食减肥	45	95	71	55	79	129	175

美丽教主和精英潮女更注重深度护理和饮食均衡



	职场丽人	居家靓女	个性俏妞	自然妈咪	美丽教主	时尚信徒	精英潮女
个人护理	基础	●	●	●	●	●	●
	加强	●	●	●	●	●	●
	深度	●	●	●	●	●	●
健康饮食	●	●	●	●	●	●	●
运动	●	●	●	●	●	●	●
营养品	●	●	●	●	●	●	●

CODE:



HEAVY USER



MEDIUM USER



LIGHT USER

比起美妆护肤品，居家靓女与时尚信徒更愿意在服饰花钱

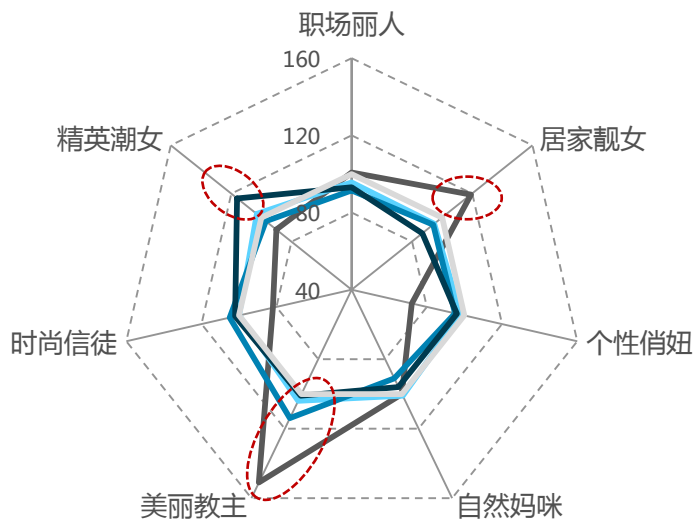


衣服/饰品	\$\$	\$\$\$\$	\$\$\$	\$	\$\$\$	\$\$\$	\$\$\$
护肤品	\$\$	\$\$\$	\$\$	\$	\$\$\$\$	\$\$	\$\$\$\$\$
美妆品	\$	\$\$	\$\$\$	\$	\$\$\$\$	\$\$	\$\$\$\$\$
香氛产品	\$	\$\$	\$\$\$	\$	\$\$\$	\$	\$\$\$\$\$

美丽教主、居家靓女、时尚信徒、精英潮女相对著重饮食与运动实现美

饮食

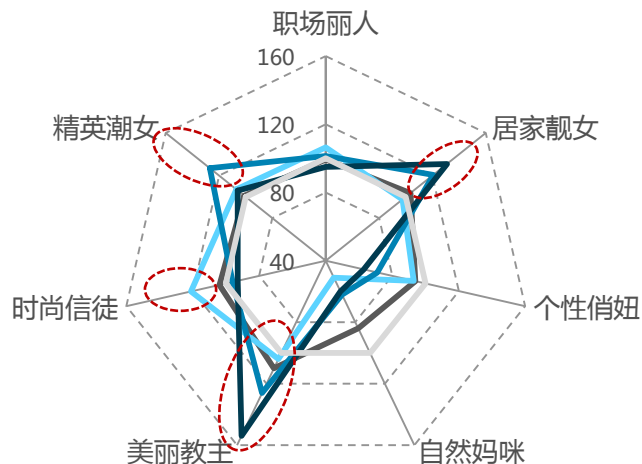
- 美丽教主与居家靓女特别注重营养补品
- 精英潮女则偏好100%纯果汁



— 营养补品 — 纯牛奶 — 风味牛奶 — 100%纯果汁

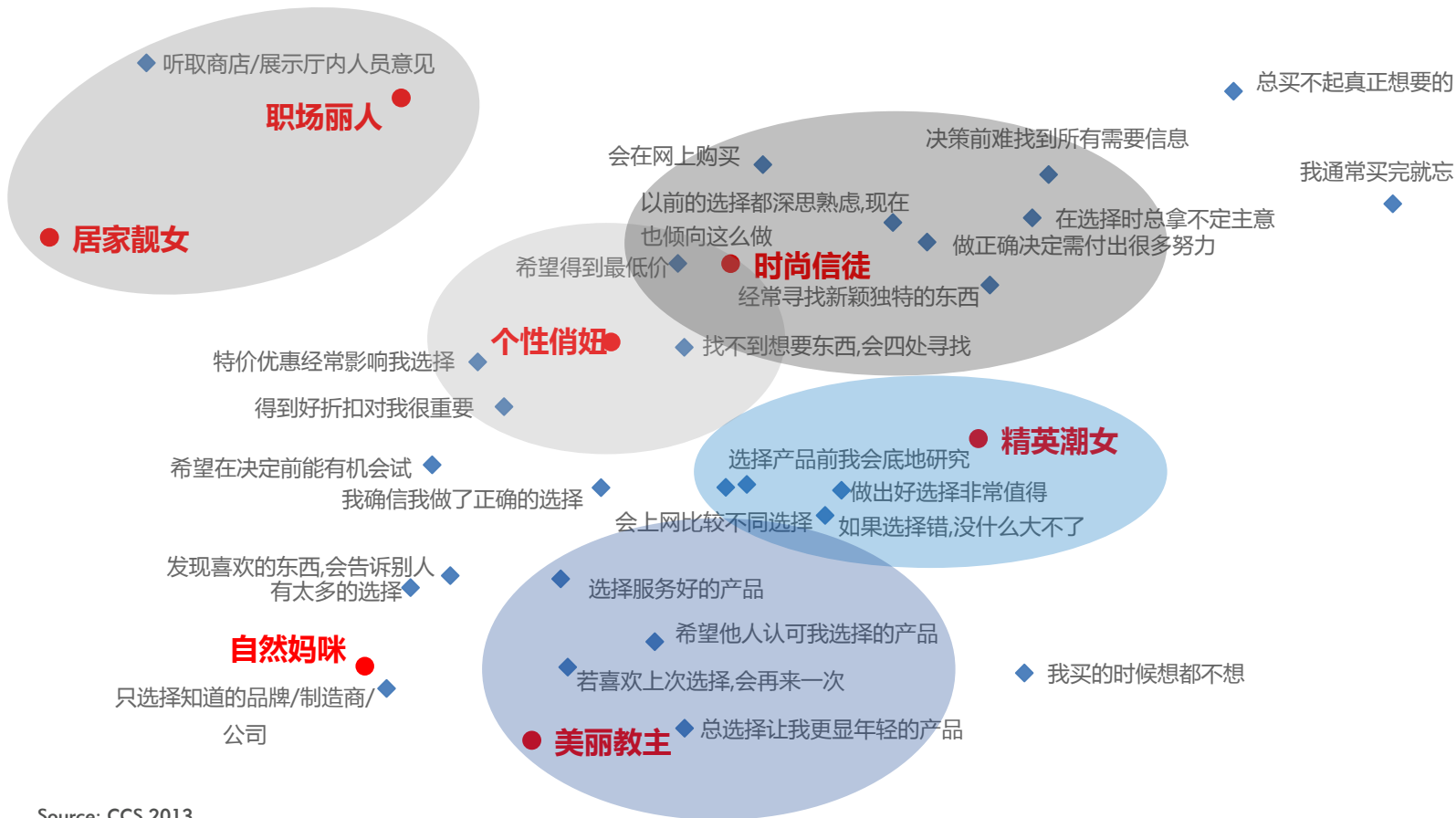
美容、运动

- 为了身形美好，美丽教主积极参与游泳和瑜伽，并前往美容/美发沙龙
- 时尚信徒勤跑健身中心保持身材
- 精英潮女通过瑜伽美化身形
- 居家靓女也进行游泳、瑜伽

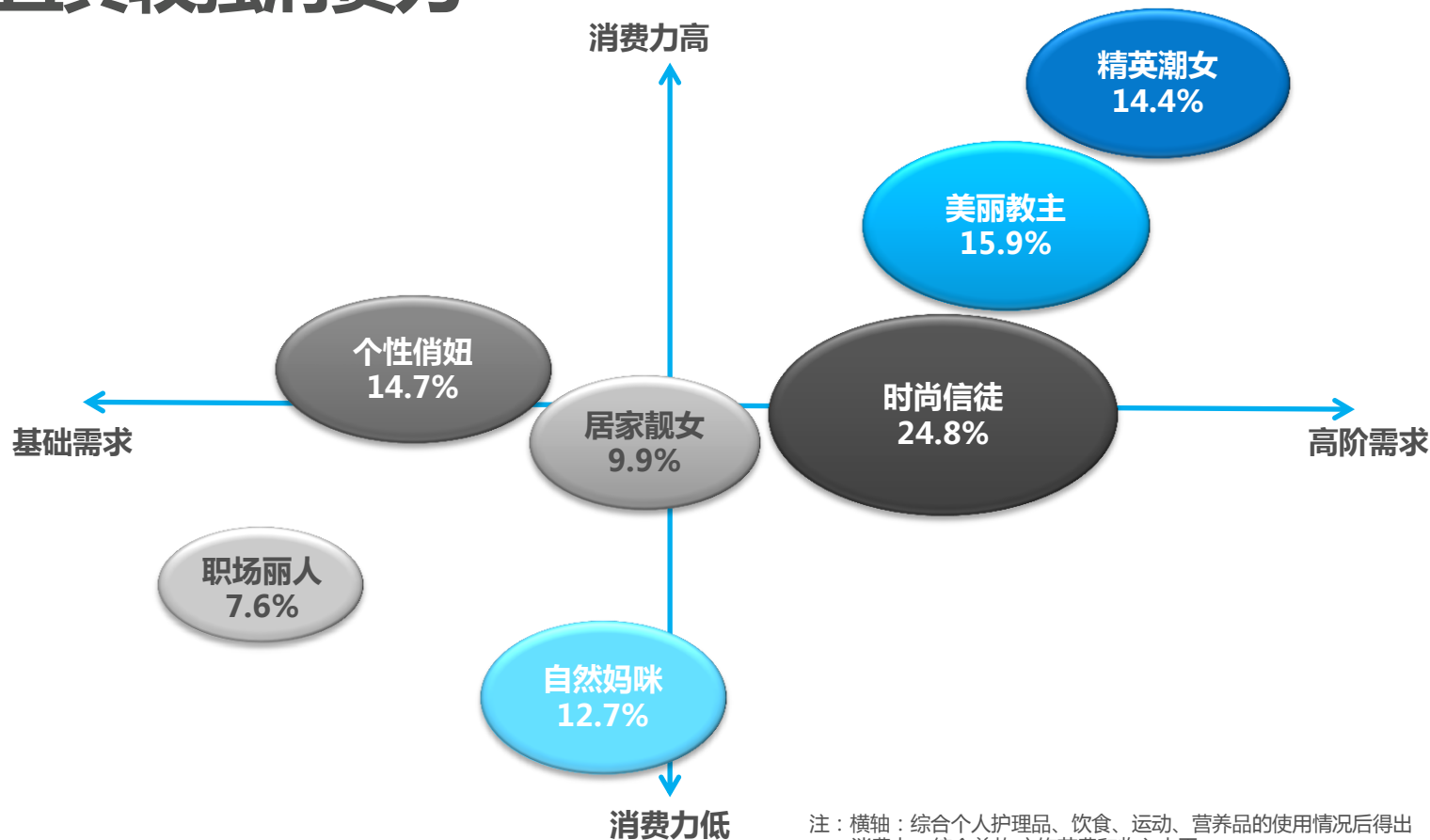


— 美容/美发沙龙 — 健身/休闲中心 — 瑜伽 — 游泳

影响各族群选择护肤美妆品的因素各不相同



总体来看，精英潮女与美丽教主对美的意识高，且具较强消费力



结论



美丽关键字

武器

价值

感觉

舒适

事业

趋势

自信

关于美

外表是提升事业的武器。工作中，总以时尚、靓丽，魅力十足的形象示人；闲暇时，对个人形象不太在意，追求舒适。

女人的价值不只是创造舒适生活，美丽是另一体现。不刻意追求潮流，更注重适合自己的自然的美。

喜欢扮靓自己，拒绝平庸、盲从潮流。根据自己喜好和感觉装饰自己，即使异样目光，也毫不在意，依旧我行我素，自我感觉良好。

崇尚自然、健康，认为外在美不如健康美。通过留意饮食达成自己的美丽，对于个人着装和护肤美妆很少花费时间和金钱。

美丽对她们非常重要，通过各种方式让自己保持美丽。对她们来说，美丽是从内到外的装修，且是一生追求的志业。

外在形象重要，女人的美丽体现在身材和穿着，注意瘦身和衣饰。花很多钱在衣着，购买时尚杂志款衣服，即使入不敷出，存钱也要买到。

时尚美丽体现是自信，也是身份地位、品味的彰显。无论工作还是生活中，她们总是光彩照人，乐于成为时尚潮流先锋，并时常引领时尚。

如何美

美妆品
名牌服饰

营养品
护肤品
流行服饰

美妆品
特色服饰

饮食

饮食
营养品
护肤品
美妆品
精品服饰

饮食
运动
流行服饰

饮食
运动
护肤品
美妆品
精品服饰

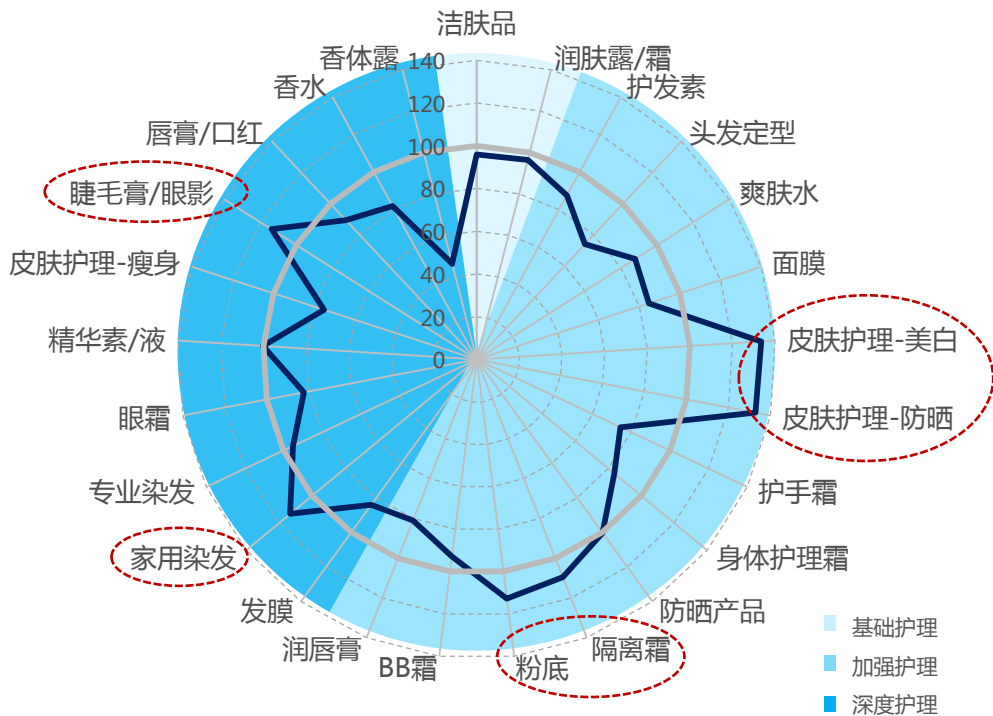
附件 – 护肤/美容决策及消费细目

职场丽人 自己选择美妆护肤品，感觉最重要.

维持外在美好的彩妆产品较护肤保养更有用，美白防晒不可少

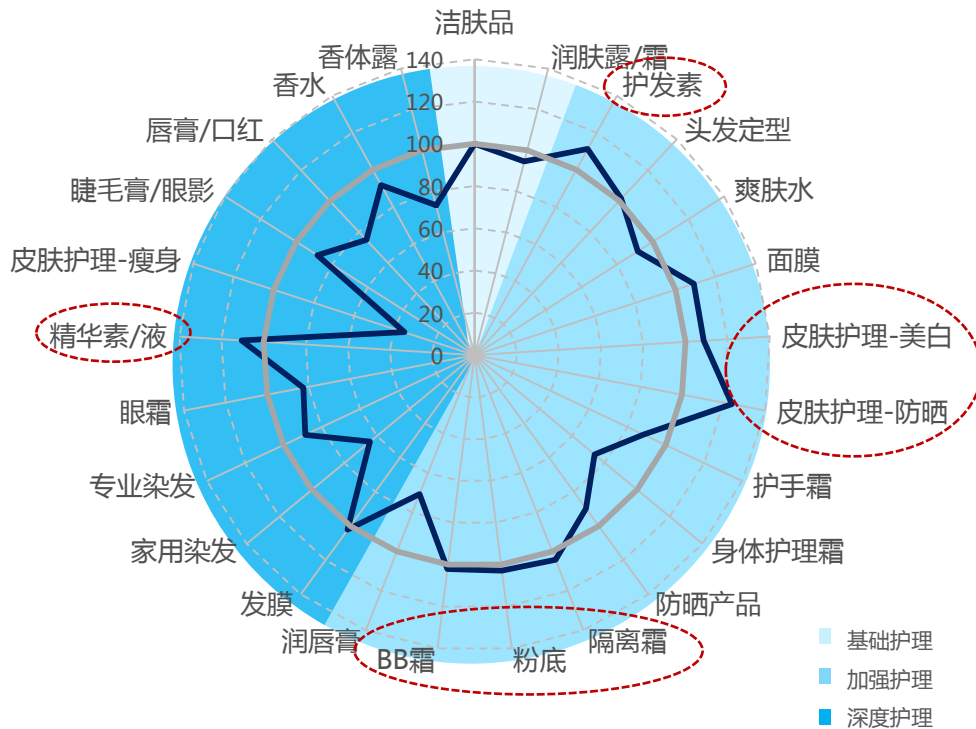


影响个人护理品选择



居家靓女 选择的凭据是事实，选择是自己的事

关注进阶护肤，并在意好气色，底妆重要



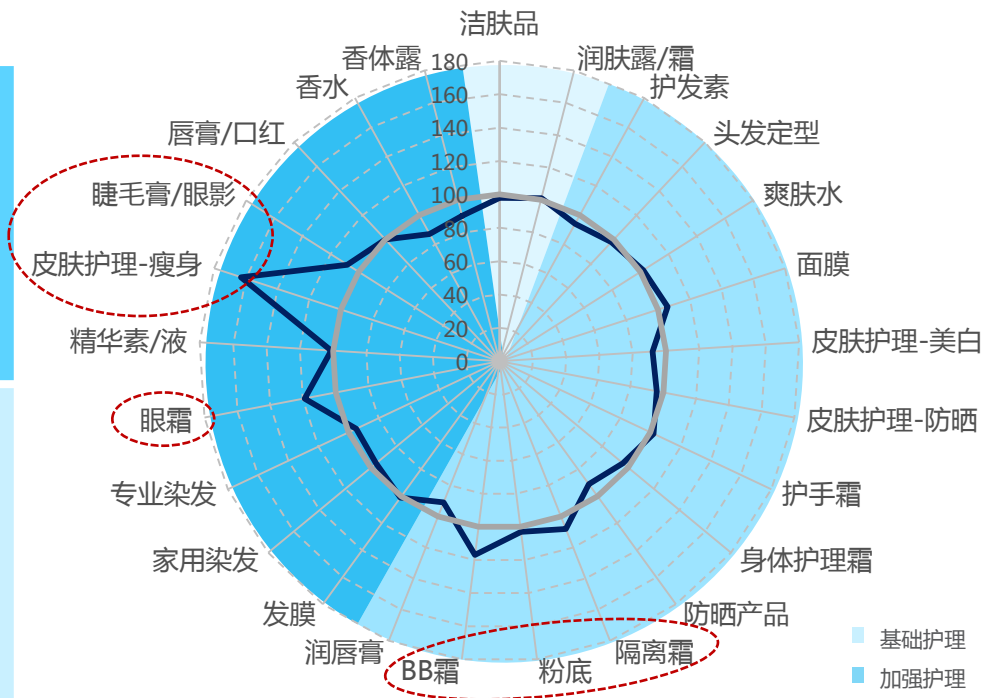
影响个人护理品选择

个性俏妞 喜欢跟朋友讨论，倾向由感觉导引选择

眼妆最能展现个性，相对重视眼部肌肤健康；而瘦身是最大的追求



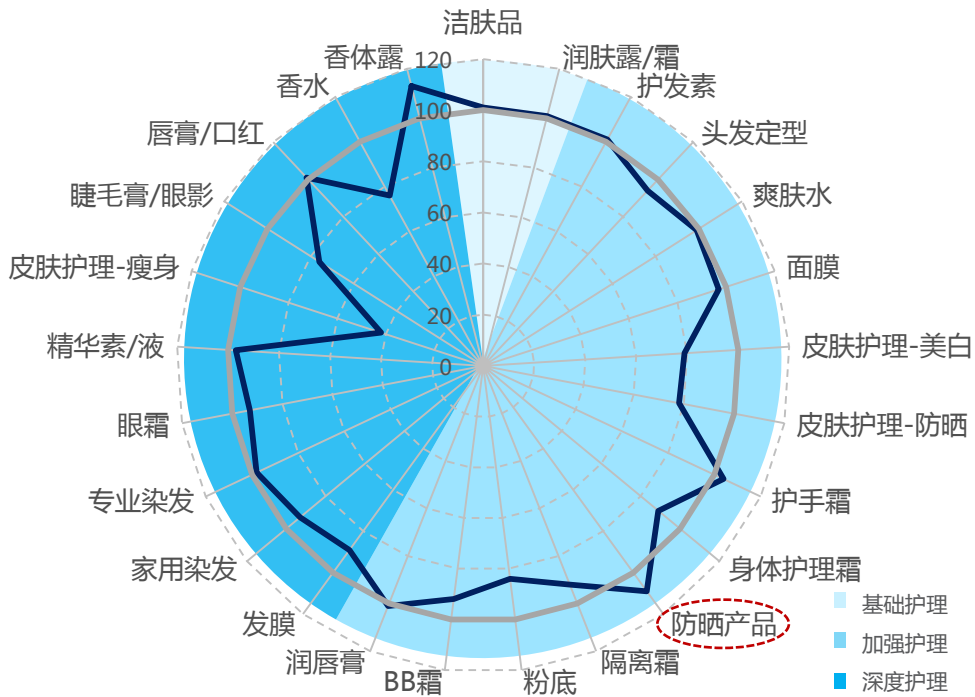
影响个人护理品选择



自然妈咪 对於美妆护肤不上心，依据当下感觉选择 基本洗护就是最好的保养，喜欢清爽，注意防晒



影响个人护理品选择

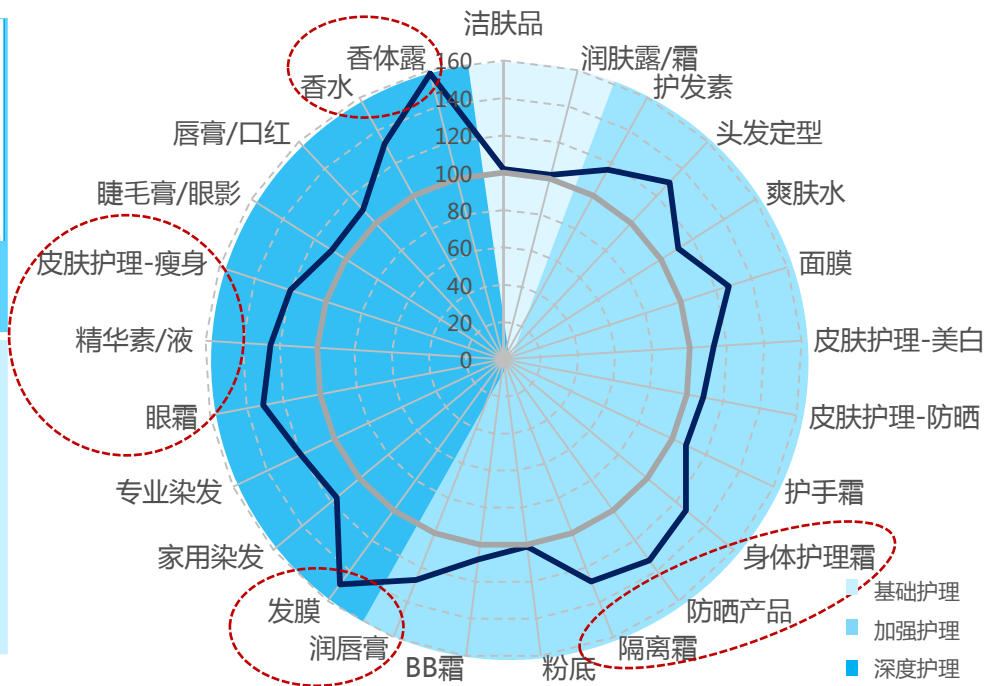


美丽教主 追求完美，根据事实及经验选择美妆护肤品

为了美，不仅基础护肤，各类深度护肤、美妆及香氛产品也使用频繁



影响个人护理品选择

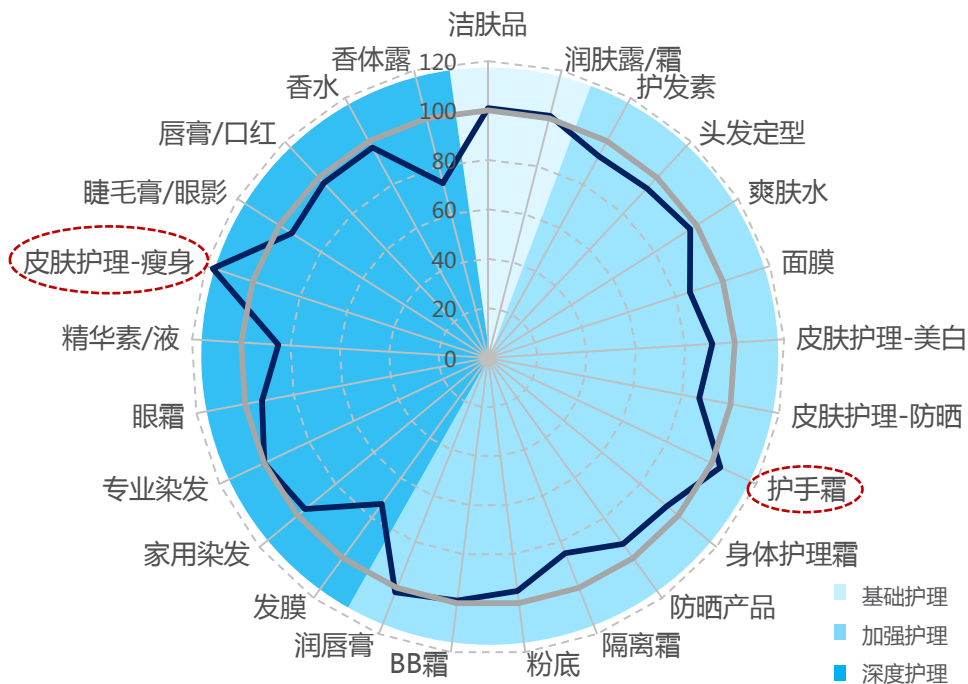


时尚信徒 对美丽有点盲从，别人说好就好，凭感觉选择

对於肌肤只进行基础护理；追求瘦身，且服饰外著较美妆品更重要



影响个人护理品选择

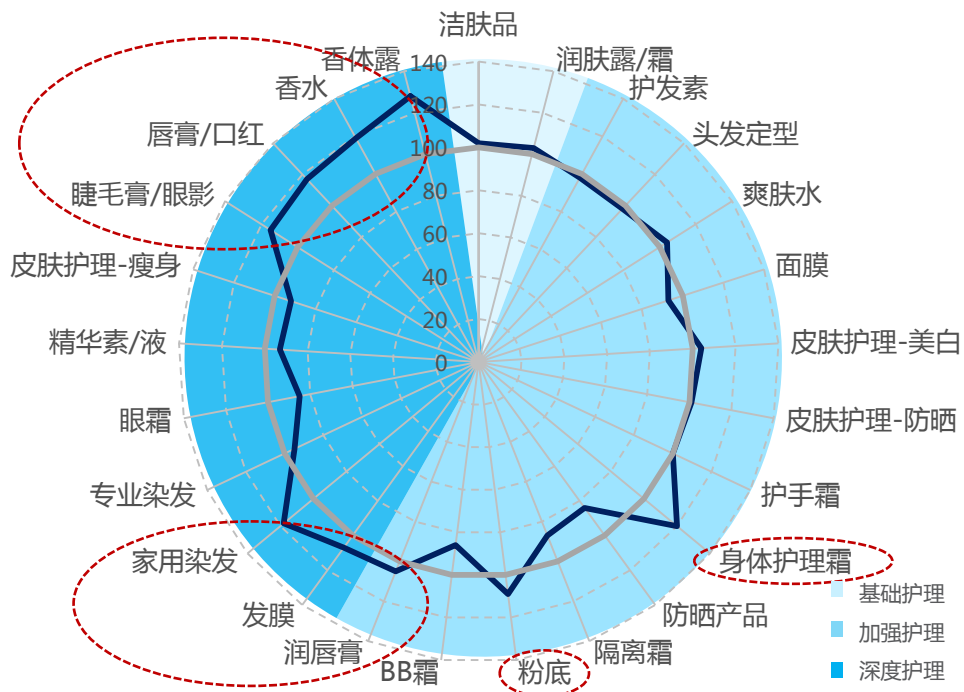


精英潮女 相当自信，根据自己的感觉选择，就算错误也无所谓

基础洗护胜於加强护理，完整妆容与香氛是重要的，且重视身形、身体护理



影响个人护理品选择



THANK YOU!

更多信息，请联系：

Carat.insights@carat.com